

FORTE MONTEE EN PUISSANCE DE ZALANDO AU PREMIER SEMESTRE 2015

- **Perspectives favorables pour le second semestre : les prévisions de croissance pour l'exercice 2015 passent de 28 à 31 %, la marge d'exploitation ajustée est reconfirmée à 4,5 %**
 - **Hausse du chiffre d'affaires du semestre de 31,5 % à 1,38 milliard d'euros, 16,4 millions de clients actifs et résultat d'exploitation ajusté de 59,2 millions d'euros, soit une marge de 4,3 %**
 - **Construction d'une troisième plateforme logistique en Allemagne à partir de l'automne 2015, extension du centre de Monchengladbach à sa capacité maximale et ouverture d'un entrepôt satellite en dehors de l'Allemagne**
-

BERLIN, 13 AOUT 2015 // La croissance de Zalando SE, le numéro un de la vente de mode en ligne en Europe, s'est encore accélérée au cours du premier semestre 2015, grâce à la priorité accordée de façon toujours aussi marquée à l'expérience client. Par conséquent, la direction prévoit désormais une hausse du chiffre d'affaires de 28 à 31 % pour l'exercice 2015, nettement supérieur aux prévisions initiales de 20 à 25 %.

Pour permettre la poursuite de son développement et continuer à garantir la satisfaction de ses clients, Zalando élargit son empreinte logistique, en se concentrant sur trois piliers : la construction d'une troisième plateforme logistique en Allemagne, l'extension du centre de Monchengladbach jusqu'à sa capacité maximale et l'ouverture d'un entrepôt satellite en Italie. La construction de la nouvelle plateforme en Allemagne, qui aura une capacité similaire aux centres logistiques d'Erfurt et de Monchengladbach, commencera à l'automne 2015, pour un achèvement de la première étape et le lancement des activités manuelles prévus pour la fin 2016. La capacité maximale de Monchengladbach sera atteinte au cours du premier semestre 2017. Organisé avec un prestataire de services, le pilotage du premier entrepôt satellite de Zalando en Italie devrait commencer début 2016.

Rubin Ritter, membre du conseil d'administration, a déclaré : « Zalando monte en puissance pour tirer pleinement parti des opportunités exceptionnelles que représente la vente de mode en ligne en Europe. Grâce à notre stratégie clairement centrée sur la satisfaction des clients, nous avons enregistré une croissance exceptionnelle et amélioré notre rentabilité au cours de la première moitié de l'année 2015. »

Accélération de la croissance associée à une rentabilité claire

Le chiffre d'affaires de Zalando a connu une croissance importante : Le chiffre d'affaires du groupe a enregistré une hausse de 31,5 %, pour atteindre 1,38 milliard d'euros au cours du premier semestre 2015 (premier semestre 2014 : 1,05 milliard d'euros), notamment grâce à une clientèle beaucoup plus nombreuse. Dans la région DACH (Allemagne, Autriche et Suisse), le chiffre d'affaires a enregistré une hausse de 27,6 %, pour 758,1 millions d'euros au cours du premier semestre 2015 (premier semestre 2014 : 594,2 millions d'euros). Sur le segment Reste de l'Europe, le chiffre d'affaires est passé de 399,3 millions d'euros à 550,3 millions d'euros, soit une hausse de 37,8 %. Le chiffre d'affaires du segment Autres a, quant à lui, enregistré une hausse de 27,2 %, à 68,1 millions d'euros (premier semestre 2014 : 53,6 millions d'euros).

Zalando a été clairement rentable au cours du premier semestre 2015, avec un résultat d'exploitation ajusté de 59,2 millions d'euros, soit une marge d'exploitation ajustée de 4,3 % (premier semestre 2014 : 12,4 millions d'euros, 1,2 %). Dans la région DACH, le résultat d'exploitation ajusté était de 46,8 millions d'euros, soit une marge de 6,2 % (premier semestre 2014 : 27,3 millions d'euros, 4,6 %). Le segment Reste de l'Europe est arrivé à l'équilibre, avec une marge d'exploitation ajustée de 1,2 %, pour un résultat d'exploitation ajusté de 6,6 millions d'euros (premier semestre 2014 : -18,4 millions d'euros, -4,6 %). Le segment Autres, enfin, a enregistré un résultat d'exploitation de 5,8 millions d'euros, soit une marge de 8,5 % (premier semestre 2014 : 3,5 millions d'euros, 6,5 %).

Au deuxième trimestre 2015, Zalando a atteint un chiffre d'affaires de 733 millions d'euros, enregistrant une augmentation de 34,1 % (deuxième trimestre 2014 : 546,4 millions d'euros). Le résultat d'exploitation ajusté était de 30,2 millions d'euros à l'échelle du groupe, correspondant à une marge d'exploitation de 4,1 % (deuxième trimestre 2014 : 35,1 millions d'euros, 6,4 %). Le résultat d'exploitation du groupe a pâti d'une hausse temporaire des coûts de paiement.

16,4 millions de clients actifs et renforcement des effectifs avec environ 1 500 employés supplémentaires

Le nombre de clients actifs a augmenté de façon considérable, pour arriver à un total de 16,4 millions au deuxième trimestre (deuxième trimestre 2014 : 13,7 millions), avec un million de clients actifs supplémentaires par rapport au premier trimestre 2015. Zalando a enregistré un total de 412 millions de visites au deuxième trimestre 2015 (deuxième trimestre 2014 : 323 millions de visites). Pendant le deuxième trimestre, les visites depuis des appareils mobiles ont connu une hausse de 57 %. L'application Zalando avait été téléchargée environ 11 millions de fois à la fin du deuxième trimestre 2015. De plus, alors que l'effectif était de 7 588 employés au 31 décembre 2014, il a atteint 9 079 employés au 30 juin 2015, soit une hausse de 1 491 personnes. Cette croissance importante est principalement liée aux recrutements dans les centres logistiques et les services techniques.

Zalando revoit à la hausse ses prévisions de chiffre d'affaires pour 2015

Grâce à une bonne saison printemps/été, le chiffre d'affaires a continué à dépasser les prévisions au deuxième trimestre 2015. Au vu de ses performances au premier semestre, Zalando devrait dépasser les 20 à 25 % de croissance anticipés, puisque le groupe prévoit désormais 28 à 31 % de croissance en 2015. Les prévisions quant à la marge d'exploitation ajustée restent quant à elles inchangées à environ 4,5 % pour 2015.

Groupe Zalando – Revenus et EBIT ajusté (EUR en millions)

	Q2 2015	Q2 2014	HY 2015	HY 2014	FY 2014
Revenus Groupe	733.0	546.4	1,376.6	1,047.1	2.214,0
% croissance	34.1%	25.1%	31.5%	29.5%	25.7%
DACH ¹	411.0	310.3	758.1	594.2	1.234,0
% croissance	32.5%	16.0%	27.6%	21.2%	16.8%
Reste de l'Europe ²	285.3	206.1	550.3	399.3	862.6
% croissance	38.5%	35.6%	37.8%	39.6%	36.9%
Autres ³	36.6	30.0	68.1	53.6	117.4
% croissance	21.9%	75.5%	27.2%	65.6%	55.0%
EBIT groupe ajusté⁴	30.2	35.1	59.2	12.4	82.0
Marge groupe ajustée EBIT	4.1%	6.4%	4.3%	1.2%	3.7%
DACH ^{1 4}	14.4	27.5	46.8	27.3	83.0
Marge ajustée EBIT	3.5%	8.9%	6.2%	4.6%	6.7%
Reste de l'Europe ^{2 4}	11.3	3.4	6.6	-18.4	-11.6
Marge ajustée EBIT	4.0%	1.7%	1.2%	-4.6%	-1.3%
Autres ^{3 4}	4.4	4.2	5.8	3.5	10.5
Marge ajustée EBIT	12.0%	14.0%	8.5%	6.5%	9.0%

¹. DACH comprend Allemagne, Autriche et Suisse.

². Reste de l'Europe comprend les autres pays européens hors DACH.

³. Les autres canaux de ventes sont regroupés dans le segment Autres qui incluent Zalando Lounge et magasins de déstockage à Berlin et à Francfort.

⁴. Ajusté pour exclure les coûts de compensation en stock-options.

Le rapport semestriel de Zalando en anglais est consultable [en ligne](#), et des détails supplémentaires relatifs aux coûts de paiement sont disponibles dans la [présentation sur les recettes](#). Zalando publiera les chiffres du troisième trimestre 2015 le 12 novembre 2015 et diffusera une déclaration intermédiaire avant cela. La date de publication de la déclaration intermédiaire sera annoncée à l'avance sur le site Web Zalando Investor Relations.

Note : en cas de différences entre les différentes versions, la version anglaise prévaut.

A PROPOS DE ZALANDO

Zalando (<https://corporate.zalando.com>) est la première plateforme de mode en ligne en Europe pour femme, homme et enfant. Nous offrons à nos clients une expérience shopping unique grâce à notre grand choix d'articles de mode (chaussures, vêtements et accessoires) et grâce à une combinaison de services de qualité, dont la livraison et les retours gratuits. Notre gamme de plus de 1 500 marques internationales propose aussi bien des griffes accessibles et tendance que des marques locales ou des labels exclusifs. Notre offre répond localement aux besoins et aux souhaits des clients de chacun des 15 pays où nous sommes présents : Autriche, Belgique, Danemark, Finlande, France, Allemagne, Italie, Luxembourg, Pays-Bas, Norvège, Espagne, Suède, Suisse, Pologne et Royaume-Uni. Notre réseau logistique, qui compte trois entrepôts situés en Allemagne, nous permet de servir de manière optimale nos clients dans toute l'Europe. Nous sommes convaincus que l'intégration de la mode, les opérations et les technologies en ligne nous donnent la possibilité d'offrir une proposition de valeur à nos clients et à nos marques partenaires. Les sites et applications de Zalando attirent plus de 135 millions de visites par mois. Au cours du second trimestre 2015, environ 57 % du trafic provenait d'appareils mobiles, pour au total environ 16,4 millions de clients actifs à la fin du trimestre.

CONTACT ZALANDO

René Gribnitz / Vice President Communications

rene.gribnitz@zalando.de

+49 30 20968 2022